

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan media *online*, Sajiansedap.com melakukan bentuk konvergensi ke media *online* lainya yang masih dalam satu grup Kompas Gramedia sehingga Sajiansedap.com dengan bebas mengambil informasi dari media-media tersebut dalam menuliskan berita karena dari hasil wawancara dengan informan di redaksi Sajiansedap.com hal itu masih dianggap sebagai sumber berita bukan pesaing dari media lain. Kegiatan ini telah disepakati bersama oleh media-media dalam naungan Kompas Gramedia. Hal ini dilakukan dalam rangka menjawab tantangan media *online* yang begitu cepat dan mencapai keefektifan distribusi informasi. Kebijakan redaksional Sajiansedap.com bisa dilihat dari teori konvergensi menurut Jenkis (2011) dimana konvergensi media ini tidak bisa lepas dari kaitanya dengan konten, teknologi, audiens, serta industri.

Meskipun kebijakan redaksional ini membuat adanya konten yang sama, namun kegiatan tersebut merupakan sebuah bentuk konvergensi bukan sebuah tindakan plagiarisme. Maka, kebijakan redaksional ini bisa dilihat dari model konvergensi jurnalistik menurut Grant (2009) yang mana Sajiansedap.com telah melakukan konvergensi *newsgathering* dan *newsroom* sehingga mengandalkan satu wartawan yang telah diturunkan oleh Kompas Gramedia dalam mencari informasi dan saling bekerjasama serta bergantung satu sama lain. Selain itu, bisa juga dilihat dari konsep konvergensi kontinum digagas oleh Dailey, Demo, dan Spillman yang bisa menjelaskan bahwa Sajiansedap.com telah melakukan *cross-promotion* (promosi silang), *coopetition* (kolaborasi), *content sharing* (pembagian konten), serta *full convergance* dalam memproduksi dan distribusi berita. Selain itu, dilihat dari dimensi konvergensi yang dijelaskan Rich Gordon, maka kebijakan redaksional ini merupakan suatu bentuk dimensi *ownership*

*convergence, tactical convergence, information gathering convergence, dan storytelling convergence.* Sehingga wartawan Sajiansedap.com tentu dituntut keterampilannya dalam mengemas berita sesuai dengan segmen pasar media yang bersangkutan meskipun mendapat informasi dari media *online* yang memiliki segmentasi yang berbeda.

Dengan adanya kebijakan tersebut, Sajiansedap.com juga terlihat menekan biaya pengeluaran dalam memproduksi sebuah berita dimana seharusnya media mengeluarkan biaya untuk liputan secara langsung namun sudah terwakili oleh salah satu wartawan media lainnya. Sehingga Sajiansedap.com memperoleh keuntungan seperti yang dijelaskan dalam salah satu konsep Mosco (2009) mengenai ekonomi politik yaitu komodifikasi.

Temuan penelitian ini bahwa kebijakan redaksional Sajiansedap.com melakukan konvergensi media untuk tercapainya keefektifan dalam memproduksi dan distribusi berita serta menekan biaya produksi berita, namun Dewan Pers tetap menghimbau kepada perusahaan media dalam menjalankan bisnisnya untuk menjaga akurasi sebuah berita dan keragaman isi berita sebagai bentuk tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

## **5.2 Saran**

Kepada pihak Sajiansedap.com dan seluruh media khususnya media *online* diharapkan lebih teliti akan berita-berita yang diterbitkan karena, sebuah media memiliki tanggung jawab yang besar dalam rangka memberikan wawasan serta pandangan kepada masyarakat akan melihat suatu masalah atau peristiwa. Informasi yang beragam dan memiliki ciri khas yang menarik akan membuat pembaca akan lebih senang akan media tersebut sehingga akan membantu media dalam menjaga keberadaannya di tengah masyarakat.

Selain itu, untuk pihak masyarakat, penulis berharap agar masyarakat merupakan pihak yang memegang kendali penuh dalam menentukan informasi

yang akan dibacanya sehingga masyarakat perlu membaca berita dari berbagai media sehingga mendapatkan informasi dari sudut pandang yang berbeda.

Kepada pihak Dewan Pers diharapkan dapat memperbaiki kode etik jurnalistik atau peraturan mengenai plagiarisme di era konvergensi. Mengingat, kode etik jurnalistik ataupun peraturan mengenai plagiarisme saat ini belum dijelaskan secara rinci sehingga menimbulkan banyak pendapat. Sehingga pada saat ini, konvergensi media dalam bentuk konten seringkali dikaitkan dengan plagiarisme.

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti di media grup yang berbeda sehingga dapat diketahui perbedaan dari kebijakan-kebijakan setiap media grup di Indonesia dalam melakukan konvergensi. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan bisa memperbaiki ataupun mengembangkan dari penelitian penulis, misalnya membahas lebih dalam lagi mengenai relevansi kode etik jurnalistik di era konvergensi media.